

Presse-Information

4. Februar 2025

BMW Group investiert in die Zukunft ihrer Niederlassungen

Globales Konzept Retail.NEXT hat Modernisierung aller
Niederlassungen zum Ziel

Feierliche Wiedereröffnung der Niederlassung Berlin

Transformation weiterer Niederlassungen und Händler folgen
noch dieses Jahr

München/Berlin. Die BMW Group investiert weiter in die Zukunft ihrer Niederlassungen und damit in das Kundenerlebnis. Die Niederlassungen in Berlin und München feiern bereits die Eröffnung der modernisierten Schauräume – inklusive Servicebereich und MINI Studio. Die Transformation weiterer Niederlassungen und Händlerbetriebe folgen noch dieses Jahr. Mit Abschluss des Transformationsprojekts Retail.NEXT werden die Betriebe neue Standards in der Kombination aus physischen Käuferlebnis und digitalen Services setzen.

Jochen Goller, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb sagt: „Wir legen den Fokus stets auf die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden, um das emotionale Markenerlebnis nachhaltig zu steigern. Mit Retail.NEXT verbinden wir insbesondere physische und digitale Innovationen mit moderner Ästhetik und einem ansprechenden Ambiente. Das Ergebnis ist zukunftsweisend!“

Christian Ach, Leiter BMW Group Deutschland freut sich über die Modernisierung der Niederlassungen „Wir möchten unseren Kunden das beste Premium-Kundenerlebnis der Branche bieten. Ein besonderes Highlight wird die Virtual Reality-Präsentation der Fahrzeuge sein. Diese wird sich nahtlos in das Raumkonzept einfügen, so dass die Interessenten jedes Fahrzeug der Produktpalette ausgiebig erkunden können, unabhängig davon, ob es aktuell physisch im Showroom platziert ist oder nicht.“ Die Product Genius begleiten Kunden und Interessenten bei jedem Schritt dieser Produkterkundung. „Die BMW AG investiert einige hundert Millionen Euro in die deutschen Niederlassungen. Diese sind integraler Bestandteil des deutschen Vertriebsnetzes“, betont Ach weiter. Auch die Betriebe der deutschen Handelsorganisation sind

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

4. Februar 2025

Datum

BMW Group investiert in die Zukunft ihrer Niederlassungen

Thema

Seite 2

Teil von Retail.NEXT. 50 Prozent der Standorte der deutschen Händler planen bereits bis 2026 die neuen Standards einzuführen. Viele Unternehmer der BMW Handelsorganisation sehen Retail.NEXT als Chance, die Kunden- und Mitarbeiterorientierung auf ein neues Level zu heben. Die Begeisterung für diesen Ansatz wächst kontinuierlich.

Die Niederlassungen Berlin und München haben die Bauphase größtenteils abgeschlossen. Hamburg ist kurz vor dem „go live“, die anderen Niederlassungen werden folgen. **Peter Mey**, Leiter BMW Niederlassungen Deutschland erklärt: „Alle Niederlassungsbetriebe werden auf die neuen Retail.NEXT Standards umgestellt. Wir arbeiten hier in Wellen: Nach dem Piloten BMW München befinden sich in der sogenannten Welle 1 neben Berlin und Hamburg auch die Hauptstandorte Frankfurt, Stuttgart und MINI München. Hier sind die Umbauten auch in vollem Gange, die im ersten Quartal 2025 abgeschlossen werden.“

Die Welle 2 (Saarbrücken, Essen, Bonn, Dortmund, Leipzig, Dresden und Hannover) befindet sich in der Abschlussphase der konkreten Bauplanungen. Die Umbauten sollen Ende Q1/2025 starten und im Herbst 2025 abgeschlossen sein. Die Welle 3 (Nürnberg, Chemnitz, Kassel, Darmstadt, Düsseldorf, Göttingen, Bremen) soll den Umbau noch in 2025 beginnen. Die übrigen Betriebe folgen dann ab 2026.

Die Umbauarbeiten in der Niederlassung Berlin sind im Bereich Neuwagen abgeschlossen. **Nina Englert**, Leiterin der Niederlassung Berlin betont: „Ab Februar beginnt der Umbau des Gebrauchtwagenbereiches. Wie bereits im letzten halben Jahr erfordert dies viel Flexibilität und Kreativität aller Partner und Mitarbeiter, so dass kein Kunde oder Interessent auf den gewohnten Service der Niederlassung verzichten muss. Ein großer Dank geht an mein ganzes Team für die Geduld und Flexibilität während des Umbaus!“

„Der Umbau war aber keineswegs nur ein Tausch des Mobiliars und die Ergänzung von einzelnen, digitalen Komponenten“, so Englert weiter. „Alle Kun-

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

4. Februar 2025

Datum

Thema

BMW Group investiert in die Zukunft ihrer Niederlassungen

Seite

3

den- und Gästebegegnungen, angefangen bei der Begrüßung bis hin zur Auslieferung, werden mit dem Umbau von BMW und MINI überprüft, neu gedacht und mit vollem Fokus auf das Kundenerlebnis neu implementiert."

Kai Wegner, Regierender Bürgermeister von Berlin: „BMW bekennt sich zum Standort Berlin: Mit hohen Investitionen hat das Unternehmen die Niederlassung in Charlottenburg modernisiert und Arbeitsplätze in Berlin gesichert. Auch das BMW Motorradwerk Spandau ist für uns ein wichtiger industrieller Arbeitgeber, dessen Produkte rund um die Welt für das ‚Made in Berlin‘ stehen. Die Zukunft der Mobilität hängt von Unternehmen wie BMW ab. Ich gratuliere zur Eröffnung der modernisierten Niederlassung und wünsche viel Erfolg für den nächsten Bauabschnitt.“

Bei der Modernisierung seiner Niederlassungen geht es BMW um die zunehmende Fusion von physischen und digitalen Prozessen. Durch die konsequente Neuausrichtung in diesen Bereichen möchte die BMW Group für ihre Kunden nicht nur ein rundum exzellentes Erlebnis schaffen, sondern sich auch nachhaltig von ihren Wettbewerbern abheben. Das BMW Konzept Retail.NEXT ist eine ganzheitliche Neuinterpretation des Käuferlebnisses im Automobilsektor.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Felix Dreyer, Pressesprecher Markt Deutschland

Telefon: +49-151-601-22268, Felix.Dreyer@bmw.de

Max-Morten Borgmann, Leiter Kommunikation Konzern, Finanzen, Vertrieb

Telefon: +49 89 382-24118, max-morten.borgmann@bmwgroup.comInternet: www.press.bmwgroup.com/deutschlandE-mail: presse@bmwgroup.com

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>